

Socialt program för mötesgrupper

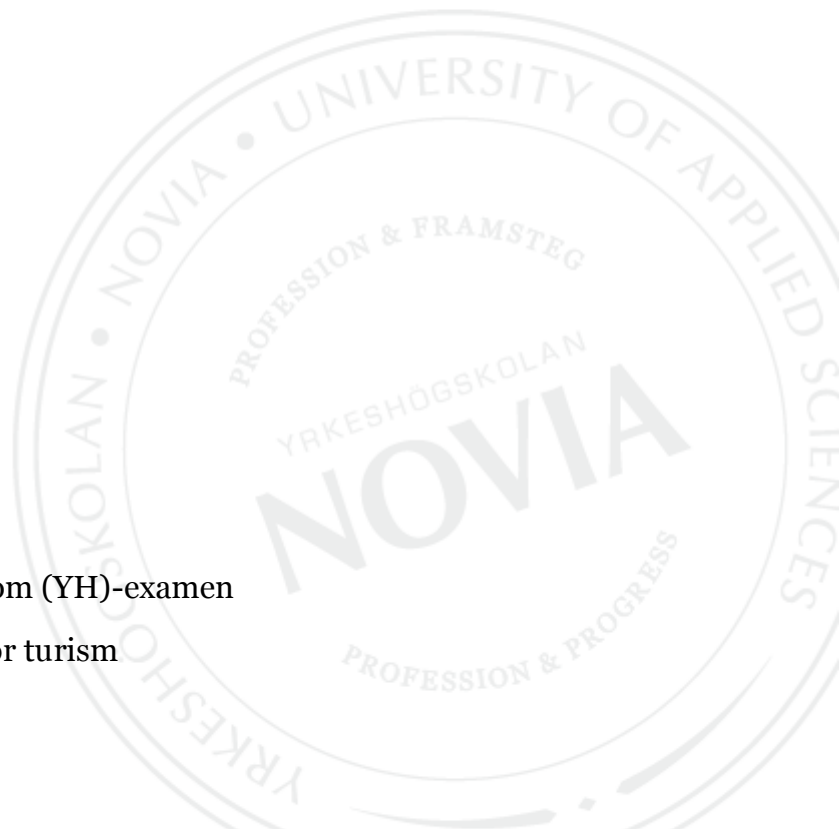
Tjänsteutveckling för Tvärminne zoologiska station

Heidi Långvik

Examensarbete för restonom (YH)-examen

Utbildningsprogrammet för turism

Åbo 2011



EXAMENSARBETE

Författare: Heidi Långvik

Utbildningsprogram och ort: Turism, Åbo

Handledare: Anna-Karin Abrahamsson

Titel: Socialt program för mötesgrupper – Tjänsteutveckling för Tvärminne zoologiska station

Datum: 21.4.2011

Sidantal: 31

Bilagor: 4

Sammanfattning

Tvärminne zoologiska station, som är en del av Helsingfors universitets bio- och miljövetenskapliga fakultet, på Hangö udd önskar öka sin verksamhet för vinterhalvåret oktober till april.

Syftet med detta arbete är att för mötesgrupper utveckla tilläggstjänster i form av socialt program för konferenspaket. Programmet skall locka flere mötesgrupper att besöka zoologiska stationen vintertid samt även främja lokala företagare på Hangö udd. Teorier om konferensarrangemang, tjänster samt tjänsteutvecklingsprocesser står som en teoretisk referensram för arbetet. Utgående från modellerna för tjänsteutveckling skapades en anpassad tjänsteutvecklingsmodell för Tvärminne zoologiska station. Med intervjuer med personal på Tvärminne zoologiska station, egna observationer samt benchmarking kartlades zoologiska stationens resurser för socialt program.

Som en slutprodukt redogörs för de utvecklade tilläggstjänsterna som går att utföras på Tvärminne zoologiska station samt för utfärder med aktiviteter till närliggande staden Hangö.

Språk: Svenska

Nyckelord: Hangö, konferens, socialt program, tjänsteutveckling

Examensarbetet finns tillgängligt antingen i webbiblioteket Theseus.fi eller i biblioteket.

BACHELOR'S THESIS

Author: Heidi Långvik

Degree Programme: Tourism

Supervisors: Anna-Karin Abrahamsson

Title: Social program for meeting groups – Service development for Tvärminne zoological station

Date: 21.4.2011

Number of pages: 31

Appendices: 4

Summary

Tvärminne zoological station belongs to the Faculty of Biological and Environmental Sciences, University of Helsinki. Their wish is to increase their operations for the winter half year October to April.

The aim of this thesis is to develop additional services in the form of a social program for meeting groups. The program should attract business groups to visit Tvärminne zoological station, and enhance the business of local entrepreneurs in Hanko. The theoretical framework consists of theories about the arranging of congresses, services and models for service development. Based on the theoretical framework, a suitable service development model was created for Tvärminne zoological station. Interviews with personnel, my own observations and benchmarking were the research methods for mapping the resources for the social program in Tvärminne.

The thesis is completed with a presentation of the developed additional services for Tvärminne zoological station and excursions with activities to Hanko.

Language: Swedish

Key words: Hanko, congress, social program, service development

The examination work is available either at the electronic library Theseus.fi or in the library.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1	Inledning.....	1
1.1	Syfte, målsättningar och metoder	1
2	Konferens	2
2.1	Konferensarrangemang	3
2.2	Det sociala programmet.....	4
3	Tjänsteutvecklings teorier	5
3.1	Tjänstens kvalitet.....	5
3.2	Modeller för tjänsteutveckling	7
4	Arbetsprocessen	11
4.1	Intervjun.....	13
4.2	Benchmarking.....	14
4.3	Observationer och erfarenhet.....	14
5	Nulägesanalys	15
5.1	Tillgänglighet.....	15
5.2	Pull-faktorer	16
5.3	Personal	16
5.4	Fysiska resurser.....	17
5.5	Tjänsteutbudet	18
5.6	Samarbetspartners	18
5.7	Uppdragsgivarens önskemål	18
5.8	SWOT-analys	20
6	Tjänsteutvecklingen.....	21
6.1	Hangö utflykter	22
6.2	Socialt program i Tvärminne.....	24
6.2.1	Via Garden	25
6.2.2	Sattwa wellness	26
7	Uppdragsgivarens kommentarer.....	28
8	Sammanfattning.....	29
	Källförteckning	31

BILAGOR

Bilaga 1 – Intervjuguide

Bilaga 2 - Aktivitetskatalog

Bilaga 3 – Sattwa wellness broschyr

Bilaga 4 - Temaguidningar

1 Inledning

Tvärminne zoologiska station ligger på Hangö udd i Västra Nyland och hör till Helsingfors universitets bio- och miljövetenskapliga fakultet. Stationen fungerar som en basstation för fältundervisning och miljöforskning, samtidigt som de gör uppföljning om naturens välmående. Under sommarmånaderna är verksamheten som livligast med kurser, föreläsningar och dagsbesök. Besökarna består främst av studerande, forskare och professorer vid Helsingfors universitet. Under vintermånaderna anordnas en del seminarier, företagsmöten samt kurser för andra fakulteter och även för grupper utan anknytning till universitetet. (Helsinki.fi 21.5.2010)

1.1 Syfte, målsättningar och metoder

Syftet med detta arbete är att för vintermånaderna utveckla tilläggstjänster för Tvärminne zoologiska station. Tilläggstjänsterna består av socialt program och aktiviteter för zoologiska stationens redan befintliga konferenspaket. De utvecklade tilläggstjänsterna skall locka speciellt företagsgrupper att välja Tvärminne zoologiska station som mötesplats, eftersom företagsgrupper är zoologiska stationens önskade målgrupp. Tilläggstjänsterna skall även främja andra företagares verksamhet på Hangö udd. Tvärminne zoologiska station önskar öka sin verksamhet även för vinterhalvåret. För att kunna utveckla fungerande socialt program av bra kvalitet för redan befintliga mötespaket, kommer jag att läsa in mig på teorier om konferensarrangemang. För att sedan kunna göra en tjänsteutveckling och förstå själva arbetsprocessen går jag i arbetet även in på teori om tjänstens karaktär samt tjänsteutveckling. Med utvecklingsteorierna som botten skall jag hitta en fungerande tjänsteutvecklingsmodell för den zoologiska stationen.

Som uppdragsgivare för detta slutarbete fungerar Raija Myllymäki, före detta avdelningssekreterare för Tvärminne zoologiska station, samt hennes efterföljare Mariella Holstein-Myllyoja. Raija Myllymäki har en vision om att öka verksamheten även under vintermånaderna oktober till april och locka fler besökande företagsgrupper från utanför universitetets kretsar. Jag är uppvuxen i Tvärminne och har även arbetat för Tvärminne zoologiska station under somrarna 2002 – 2004. Intervjuer med Raija Myllymäki och Mariella Holstein-Myllyoja, mina egna erfarenheter samt observationer av verksamheten kommer att fungera som undersökningsmetod för detta arbete.

Arbetet börjar med en så kallad teoridel, där först teorier om konferenser, konferensarrangemang samt socialt program i samband med konferenser presenteras. Följande del består av tjänsteutvecklingsteorier, för att jag skall kunna förstå utvecklingsprocessen av en tjänst samt hitta en passande modell för att göra en tjänsteutveckling för Tvärminne zoologiska station. Teoridelen följs av ett kapitel om min arbetsprocess, där jag redogör mer om mina undersökningsmetoder samt om den valda utvecklingsmodellen för utvecklingen av tilläggstjänsterna. I nulägesanalysen redogörs för undersökningens resultat, det vill säga information från intervjuerna, observationerna samt erfarenheterna. Till följande presenteras de utvecklade tilläggstjänsterna för Tvärminne zoologiska station, samt uppdragsgivarnas feedback för paketen. Som avslutning på arbetet finns en sammanfattning.

2 Konferens

I följande stycke bekantar jag mig med teori om konferensarrangemang och tilläggstjänster för konferenspaket för att få djupare blick i konferensbranschen samt eventuellt idéer för tjänsteutvecklingen för Tvärminne zoologiska station.

Att konferera betyder att två eller flere personer träffas för att rådslå eller överlägga. Även om att konferera inte är någonting nytt är branschen i sig relativt ny. Först på 1960- och 70-talen började möten arrangeras i lokaler utanför den egna organisationen, till exempel på hotell och restauranger. Orsaken till att möten och konferenser blev populära just då var företagets snabba utveckling; ändrad struktur, organisation, nya lagar om anställning och det ökade behovet av information och utbildning. Bekvämlighets- och utrustningskraven ökade och ändamålsenliga lokaler byggdes med syfte att ta emot konferensgäster. Under 1980-talets högkonjunktur blomstrade konferensbranschen och det nya yrket konferensvärd/värdinna uppstod. Högkonjunkturen följdes av en lågkonjunktur under 1990-talet och företagen var tvungna att dra in på bland annat konferenser och utbildningar. Konferensmarknaden minskade och ändrade karaktär. (Ninni Luthin-Kärling m.fl 1995: 120-122)

Nya trender inom konfererandet blev och fortfarande är bland annat en så kallad kortare framförhållning. Kortare framförhållning innebär att företagen gör sina konferensbokningar med kortare varsel då de inte av ekonomiska skäl vill binda sig till en bokning allt för länge. Detta är möjligt då även konferenslokalerna har en lägre beläggning och företagen inte löper risken av att bli utan konferenslokal trots sen bokning. Själva

konferenserna blev kortare och mer effektiva. Från att ha varit flera dagar långa blev det nu vanligare med en eller en halv dags konferenser. Av kostnadseffektiva skäl har företagen minskat på antal deltagare per konferens och konferenserna arrangeras främst under vardagarna måndag till torsdag. På detta vis minskar personalkostnaderna för företaget. (Luthin-Kärling m.fl 1995: 122-123, Alén m.fl. 1997: 101)

Mötesbranschen går under många olika namn. Internationellt talas det om MICE-industrin- Meetings, Incentive, Conventions and Exhibitions-industrin. Uttrycket täcker de tre kategorier som industrin delas in i; kongresser, mässor och konferenser. Även den kortare varianten MIT används speciellt i Europa. MIT står för Meetings and Incentive Travel. Incentive-konferenser, det vill säga belöningskonferenser blir allt vanligare och är en av de största inkomstkällorna för mötesbranschen. (Johansson & Westerblad 2004: 8-9, 17)

Varför vill företagen ordna konferenser utanför sina egna lokaler? En praktisk orsak är att de egna lokalerna inte uppfyller kraven. En ändamålsenlig konferenslokal ger konferensen ostördhet, utrustning, mat, kunnig personal och kan fungera som en kreativ arbetsmiljö för deltagarna. Om deltagarna kommer från olika delar av landet kan det även vara en orsak för att arrangera konferensen i en mer tillgänglig stad eller lokal. Motivation, utbildning och belöning kan vara syften för en konferens. Den ger ett avbrott och positiva erfarenheter i den vanliga arbetsvardagen. (Luthin-Kärling m.fl 1995: 124-125)

2.1 Konferensarrangemang

Vägen till att arrangera en lyckad konferens eller kongress består av många olika faser. Det lönar sig att dela arbetet med hjälp av olika arbetsgrupper, till exempel program, marknadsförings och budgeterings grupper. Ju större konferens som arrangeras desto mer lönsamt är det att kontakta professionell hjälp i ett tidigt skede av planeringen. På detta vis kan risken för problem minimeras. (Finland Convention Bureau 2009: 10) Kongressarrangörer, eller PCO's Professional Congress Organizers, har kunskap och erfarenhet inom praktiska arrangemangen för till exempel inbjudningar, budgetering, tryckalster, anmälningsrutiner, inkvartering, transport och socialt program. (Johansson & Westerblad 2004: 12) Utöver sin kunskap och erfarenhet har kongressarrangörer vanligtvis ett färdigt samarbetsnätverk med aktörer som kan tänkas behövas för konferensarrangemanget. Till exempel konferenslokaler, transportbolag, mötesteknik, tolkar och försäkringsbolag. (Finland Convention Bureau 2009: 10)

Att göra bokningarna i god tid är en viktig del av arrangemangen, även om det går emot trenden att boka i sista minuten. Möteslokal, inkvartering, restauranger, attraktioner och transporter måste bokas. Vid bokningsskedet måste lokalens syfte klargöras; vilka alla utrymmen, hur många olika utrymmen och hurdan utrustning behövs. Själva konferensprogrammet kan inte arrangeras av någon utomstående aktör. Hjälp med programmet kan fås av tidigare liknande evenemang. Programmet bör vara klart helst redan då inbjudningarna skickas ut, men senast före marknadsföringsmaterialet publiceras. För arrangören är det viktigt att reservera tillräckligt med tid för förflyttning mellan olika utrymmen, pauser och måltider. (Finland Convention Bureau 2009: 11-12)

2.2 Det sociala programmet

Fritidsprogrammet är en stor del av en kongress' helhet, det kan till och med vara avgörande för deltagandet. Även vid planeringen av sociala programmet lönar det sig att kontakta kongressarrangörer eller stadens turistinformation för professionellt kunnande. Programmet skall ge deltagarna en möjlighet att bekanta sig med staden och kulturen. (Finland Convention Bureau 2009: 14-15) Det sociala programmet är även en möjlighet för deltagarna att bekanta sig med varandra och skapa kontakter branshmänniskorna emellan. (Aarjärvi Lena 2003: 57) Det sociala programmet kan bestå förutom av kvällsprogram även av post- eller pre kongress program. Post och pre-program är aktiviteter som sker före eller efter själva kongressen för intresserade, oftast internationella, deltagare. Marknadsföring av dessa är viktigt, då deltagaren skall kunna reservera tillräckligt med tid för aktiviteterna. Post och pre-programmet sker utanför konferensen och har ingenting med konferensprogrammet att göra och får därför inte heller störa dess tidtabell på något sätt. Syftet med dessa aktiviteter är att ge deltagaren möjlighet att bekanta sig med omgivningen och locka dem att komma på återbesök. Exempel på program för internationella gäster är kulturevenemang, bjuda på husmanskost, svamp- och bärplockning, fiske eller hantverk. (Saarelma Kirsi 2002: 106-107)

Socialt program under ett möte eller en kongress kan vara en dags- eller halvdagsutfärder. Som färdmedel fungerar allt från buss till båt eller från att gå till att cykla. Bastubadning och middag är högst vanligt program för konferensdeltagare. Andra programalternativ kan vara sport i form av skidning eller fotbollsmatch, konserter eller promenader i naturen. Under större kongresser hör till det sociala programmet vanligtvis en öppningsceremoni, get-together party i början av kongressen, middag för kongresstalarna samt en avslutningsceremoni i form av program eller middag. (Saarelma Kirsi 2002: 57-60)

Som socialt program för Tvärminne zoologiska station lämpar sig enligt mina egna första antaganden antingen kvällsaktiviteter i form av små get-togethers och bastubadning eller utflykter till närliggande områden. Även om stationen är omgiven av vacker natur, är rörliga utomhusaktiviteter inte ett alternativ. I nulägesanalysen går jag närmare in på de olika möjligheterna.

3 Tjänsteutvecklings teorier

För att kunna diskutera utveckling av tjänster och serviceprodukter är det viktigt för läsaren och mig att förstå tjänstens natur. I följande kapitel går jag in på teorier om tjänstens natur samt tjänsteutveckling.

Tjänsten har fyra egenskaper som skiljer den från en vanlig produkt; tjänsten produceras och konsumeras samtidigt, den är immateriell, tjänster kan inte förvaras för att säljas senare och de är alltid unika beroende på konsumeringsstillfället. (Komppula & Boxberg 2005: 10, Kotler m.fl. 2006: 35) Som exempel kan nämnas en tågresä. Kunden konsumerar tjänsteprodukten det vill säga tågresan samtidigt som den produceras. Personalen och medresenärerna är med vid tillfället och påverkar tjänsteupplevelsen. Då det gäller tjänster når utbud och efterfrågan sin topp vid olika tillfällen. För en vintersäsong kan produkter, till exempel skidor, produceras och sparas för en stor efterfrågan senare under säsongen. Tjänster kan inte produceras och förvaras för senare konsumerings, med följden att efterfrågan på tjänster är större än utbudet under högsäsong. Att tjänsten är immateriell gör att en misslyckad tjänsteupplevelse inte kan ges tillbaka åt kunden. Tjänster är överlag svårare att kompensera då de är unika och påverkas till en stor del av medmänniskor. (Komppula & Boxberg 2005: 10 – 11)

3.1 Tjänstens kvalitet

Pull-faktorer, erbjudna tjänster, tillgänglighet, tidigare uppfattningar om destinationen samt priset är komponenter som bygger upp konsumentens uppfattningar om tjänsters kvalitet. För att företagaren skall kunna utveckla turismprodukten krävs ett bredare perspektiv på vad som ingår i tjänstekvalitet. För resenären eller konsumenten, så är hela resan en turismprodukt i vilken det ingår planering, informationssökning, själva resan till destinationen, vistelsen och sedan hemresan igen. Turismprodukten innefattar både tjänster och produkter, som produceras av olika turismföretag under resan. Enligt Smith (1994) baserar sig turismprodukten på verksamhet på ett specifikt ställe, eftersom turisterna reser till

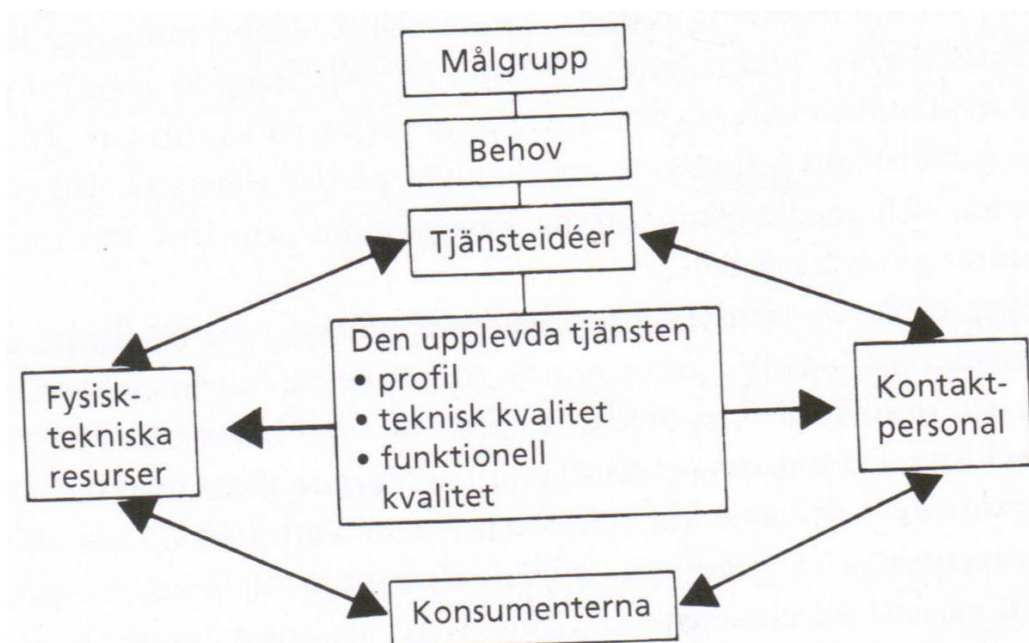
en destination utanför sin vanliga levnadskrets. Det fysiska stället är alltså turismproduktens kärna. Denna kärna omfattar faktorer som vyer, klimat, byggnader och tillgänglighet. Utöver den fysiska platsen krävs olika tjänster på stället såsom logi-, restaurang- och programtjänster för att täcka kundens grundbehov. En tredje faktor som bidrar till turismproduktens helhet är gästvänligheten – både anställdas och lokalbefolkningens vilja att ta emot och betjäna resenärer. Turismprodukten får ett större mervärde genom flere valmöjligheter för kunden; det skall finnas olika alternativ att välja mellan gällande till exempel restaurangtjänster eller aktiviteter. (Komppula & Boxberg 2005:15 – 17)

Det finns olika teorier om hur man mäter kvaliteten av en tjänst. Det som de flesta är överens om är att kvaliteten bildas av sambandet mellan konsumentens förväntningar för destinationen och själva upplevelsen på stället. Enligt Christian Grönroos (Ritva Kinnunen 2004: 17) får kunden förväntningar för destinationen genom marknadsföring, genom egna och vänners erfarenheter samt genom sina egna behov. Efter själva upplevelsen av turismprodukten är det skillnaden mellan förväntningarna och själva erfarenheten som bestämmer tjänstens kvalitet.

Jarmo R. Lehtinen (Ritva Kinnunen 2004: 18) anser att tjänstens kvalitet består av tre olika kvalitetsområden; interaktion, den fysiska faktorn och den institutionella faktorn. Han anser att kunden upplever tjänstens kvalitet redan före resans början samt under den. Den institutionella kvaliteten uppstår av skillnaden mellan kundens för uppfattning av företaget och hur de sedan upplever företaget i verkligheten, den här fasen sker både före och under resan. Kunden har före resan även en uppfattning om destinationens fysiska ting, såsom byggnader och möbler, men kunden bestämmer kvaliteten av dessa främst under själva resan. Interaktion innebär möten mellan kund och anställd. Hur dessa möten går till i verkligheten är av stor vikt för kundens uppfattning om hela turismproduktens kvalitet.

Både Grönroos och Lehtinen har liknande uppfattningar om hur tjänstekvaliteten uppstår, men Holmlund och Kock (Ritva Kinnunen 2004: 18 – 19) har satt till ett fjärde område för tjänstekvalitet – priset, hur kunden uppfattar sambandet mellan pris och erbjudna tjänster. I figur 1 ses kvalitetsskapande resurserna i ett tjänsteföretag enligt Christian Grönroos (2003: 110). Som grunden i figuren är målgruppen och deras behov. Tjänsteidén skall erbjuda lösningar till målgruppens behov.

Enligt Grönroos (2003: 107 – 108) är det i grunden interaktionen som utgör tjänstens kvalitet. Kunder upplever interaktion med tre olika grupper under sin vistelse; personalen, den fysiska omgivningen och medresenärerna. Människor som arbetar för företaget - det vill säga kontaktpersonalen - påverkar tjänstens kvalitet genom sitt beteende, sitt kunnande och sin villighet att utföra tjänsten med gott humör.(Grönroos 2003: 107 – 108)



Figur 1

De kvalitetsskapande resurserna i ett tjänsteföretag enligt Grönroos (2003: 110).

Inredning och renlighet är en andra kvalitetsskapande resurs som Grönroos kallar de fysisktekniska resurserna eller den fysiska omgivningen. Den tredje gruppen som konsumenten upplever interaktion med under tjänsteupplevelsen är medkonsumenter och konsumenten själv. Till exempel köbildning eller sura medresenärer påverkar hela reseupplevelsen negativt och därför uppfattas även kvaliteten på tjänsten negativt. (Grönroos 2003: 107 – 110)

3.2 Modeller för tjänsteutveckling

I följande stycke går jag in på olika teoretiska modeller för hur man gör en tjänsteutveckling, för att kunna hitta en utvecklingsmodell som lämpar sig för tjänsteutveckling hos Tvärminne zoologiska station.

Vanliga motiveringar för att påbörja en tjänste- eller produktutveckling är målet att öka försäljningen, förändringar i marknaden, kundernas köpbeteende eller konkurrensläget. Utveckling av turismprodukter är en fortgående process. Kundernas köpbeteende utvecklas och tekniken går framåt, företagaren måste hänga med i utvecklingen för att kunna besvara kundens behov. (Komppula & Boxberg 2005: 93 – 94) Processen för att utveckla en tjänst skiljer sig mycket från utvecklingen av en produkt och är oftast en mer vag process. De som arbetar med att producera tjänsterna är vanligtvis också de som utvecklar tjänsterna i samband med sitt dagliga arbete. Utvecklingsprocessen sker genom att pröva sig fram och lära sig genom misstag. Slutprodukten är något abstrakt som inte går att provköras i förväg. I och med att varje tjänsteproduceringstillfälle är unikt går det inte heller att avgöra kvaliteten på den nya tjänsten annat än genom att pröva sig fram. (Kinnunen 2004: 31)

Komppula & Boxberg (2005: 96-97) skriver att tjänsteutveckling bör utgå från undersökningar om kundens samt marknadens behov. Själva processen delar de in i två faser; planeringsfasen och genomförandefasen. I planeringsfasen ligger tyngdpunkten på utvecklingen och dess roll i företagets servicekoncept samt på ett systematiskt sökande efter nya idéer. Servicekonceptet är själva turismproduktens kärna, de tjänster som kunden förväntar sig av företaget, samt hur företaget arbetar för att erbjuda dessa tjänster. Turismprodukten utvecklas för en särskild kundgrupp eller för ett skärskilt motiv. Nästa steg är att göra en resursanalys, ur både kundens och företagets synvinkel. Kundgruppens resurser är till exempel tid, pengar och fysisk hälsa. Företagets resurser består av både materiella och immateriella ting; kunskap, redskap och verktyg, utrymmen och samarbetspartners. (Komppula & Boxberg 2005: 96–102)

Under genomförandefasen genomförs själva tjänsteutvecklingen och tjänsten provkörs på marknaden. Detta görs med hjälp av en blueprint där företaget skriver ner alla moment av tjänsteproduceringen, både för kunden synliga och osynliga moment. Blueprinten fungerar som en prototyp av den utvecklade tjänsten och kan testas först inom företaget. (Komppula & Boxberg 2005: 103-105) Nästa steg är att göra en budgetanalys. Viktiga frågor i budgeteringen är för hur stor eller liten grupp tjänsten kan produceras, vad själva produktionen kostar, hur mycket tid kan läggas ut på arbetet och är marknaden tillräckligt stor för lönsam försäljning av tjänsten. (Komppula & Boxberg 2005: 110-114)

Den färdiga turismprodukten är redo för att provköras på marknaden. Ett sätt är att kalla in samarbetspartners och företagare inom branschen för en provning och få branschkunnsig feedback. Problemet med detta är att proverna oftast består endast av delar av

tjänsteproduceringen, inte av hela turistupplevelsen. Optimalt för företagaren är att hitta en motiverad testgrupp som är beredd att betala för hela test upplevelsen. Det sista steget i utvecklingsprocessen är själva lanseringen; marknadsföring, försäljning och producerande av den nya tjänsten. (Komppula & Boxberg 2005: 110-114)

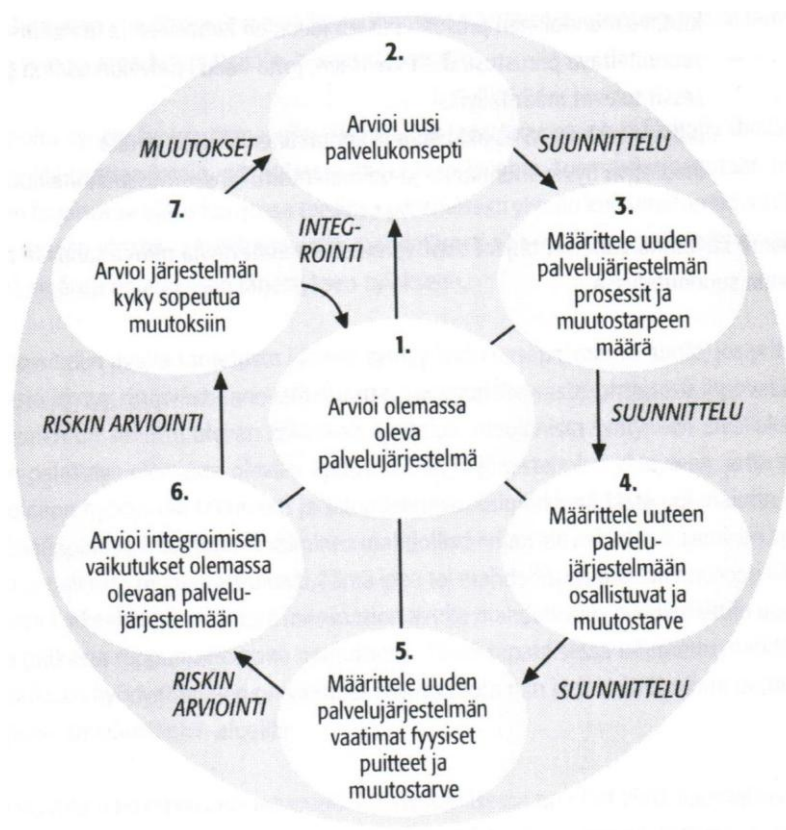
År 1989 presenterade forskarna Scheuing och Johnson (Kinnunen 2004: 32) en 15-steps guide för tjänsteutvecklingsprocessen. I modellen ingår bland annat en idéfas, planering av tjänsten, testning av den nya tjänsten, marknadsföring och lansering av den nya tjänsten. Även om modellen fungerar som en bra riktgivare finns det problem med den. Bland annat är det önskvärt att hela personalen och en del av tjänstens kommande konsumenter deltar i hela utvecklingsprocessen, vilket höjer risken för till exempel företagsspionage eller missnöjda testgrupper som berättar vidare sina eventuella negativa erfarenheter. (Kinnunen 2004: 32)

Svenskarna Wilhelmsson och Edvardsson (Kinnunen 2004: 32) utvecklade en 4-steps modell för tjänsteutveckling i början av 1990-talet. Deras modell bildar en utvecklingscirkel, var det är möjligt att återgå till ett tidigare skede i processen och göra ändringar efter hand. Det första steget är idéfasen, under vilken det sker en utvärdering av tjänsten. Nästa steg är att bilda en arbetsgrupp för utvecklingsprocessen och göra upp spelregler för den. Tredje fasen är en grundlig analys av tjänsten, konsumenternas behov och alla inre samt yttre faktorer som kan tänkas påverka tjänsteproduceringen. Under tredje fasen är det också möjligt att testa den nya tjänsten på en testgrupp. I det fjärde och sista steget börjar man producera och eventuellt marknadsföra den utvecklade tjänsten. Wilhelmssons och Edvardssons modell har vidareutvecklats av bland annat finska forskaren Kokko och Edvardsson och Olsson. (Kinnunen 2004: 32–36)

Tax och Stuart (Kinnunen 2003: 37 – 38) har utvecklat en modell med sju faser för hur man utvecklar nya tjänster och anpassar dem till redan befintliga tjänstekoncept. I figur 2 ser vi sjustegsmodellen fas för fas. Det första steget är att göra en nulägesanalys över det befintliga tjänstesystemet och kartlägga alla arbetsprocesser. Stegen två till fem är planeringen och själva utvecklingen av det nya tjänstekonceptet. I steg två analyseras den nya tjänsten. Under steg tre kartläggs processerna i det nya tjänstekonceptet och vilka förändringar som bör göras. Steg fyra är att avgöra vem som är delaktig i det nya konceptet och förändringar som krävs med tanke på personalresurser.

Det femte steget är de fysiska resurserna; hurdana utrymmen behövs och finns det behov för förändring. Steg sex och sju är en del av riskanalysen. I fas sex avgörs hur

integreringen av de nya tjänsterna till det befintliga tjänstesystemet påverkar verksamheten. Det sista steget är att analysera tjänstekonceptets förmåga att anpassa sig till förändringar. Integreringen av den nya tjänsten i tjänstekonceptet sker då man återgår till steg ett och analyserar det förnyade tjänstekonceptet.



Figur 2

Tax och Stuarts utvecklingsmodell (Kinnunen 2003: 37 – 38)

Till skillnad från de tidigare nämnda modellerna så sker planeringsarbetet mer vid sidan om i Tax och Stuarts modell. Stegen sex och sju är avgörande för hur den nya tjänsten integreras i det gamla tjänstesystemet. (Kinnunen 2004: 36 – 38)

Christian Grönroos (2003: 106) poängterar vikten av att välja strategi för utvecklingen. Han nämner tre olika strategier; varu-, service- och prisorienterad. I varuorienterad strategi är det en produkt som ligger i fokus och man utvecklar tjänsterna för att till exempel öka försäljningen av produkten. Serviceorienterad strategi innebär att företaget försöker besvara kunden behov genom att utveckla servicen. Genom att sänka priset på en vara eller tjänst, kan detta öka dess attraktivitet och detta kallas prisorienterad strategi. (Grönroos 2003: 106 – 107)

En fortgående utveckling av servicesystemet ger kunden en bättre upplevelse. För att kunna jämföra servicestandarden och göra det lättare för företag att utveckla sin service har olika standardiseringsprogram skapat. Som exempel kan nämnas ISO-certifikat och Laatutonni. Standard-programmen fungerar som en måttstock för servicekvalitet och ger företagen riktlinjer för hur de skall skapa bättre servicesystem. (Komppula & Boxberg 2005: 117-120) Benchmarking är en metod där företagare kan lära och få kunskap av andra företagare inom branschen och på det viset öka sin konkurrenskraft. Tanken är att företagaren skall få nya idéer som kan tillämpas i det egna servicekonceptet för ökad effektivitet, säkerhet och produktivitet. Genom benchmarking lär sig företagarna av varandras styrkor och svagheter. Det svåra är att kunna tillämpa den nya kunskapen i sitt egna servicekoncept på ett fungerande sätt. (Komppula & Boxberg 2005: 123)

4 Arbetsprocessen

I följande kapitel presenterar jag den valda utvecklingsmodellen för att göra en tjänsteutveckling för Tvärminne zoologiska station samt redogör jag för mina undersökningsmetoder för arbetet.

För att kunna utveckla nya tjänstepaket för Tvärminne zoologiska station kommer jag att arbeta enligt en tillämpad utvecklingsprocess som jag själv skapat utgående från tjänsteutvecklingsteorierna. Orsaken till detta är att vanligtvis görs en tjänsteutveckling av företagets egna arbetare, som genomgående känner till verksamheten samt kundtypen. Som en utomstående person är mitt utgångsläge för utvecklingsarbetet annorlunda än den egna personalens, då jag till exempel inte har möjlighet att under tjänsteproduceringen vara i kontakt med kunderna. Enligt Komppula & Boxberg (2005: 96-97) bör en tjänsteutveckling utgå från undersökningar om kunders samt marknadens behov. Under denna process fungerar uppdragsgivarnas Raija Myllymäkis samt Mariella Holstein-Myllyojas kunskaper och erfarenheter om Tvärminne zoologiska stations kunders behov som en grund för tjänsteutvecklingen. Det är uppdragsgivarnas önskan att tilläggstjänster i form av socialt program för mötesgrupper skapas för att svara på konsumenternas behov och öka på Tvärminne zoologiska stations dragningskraft.

Första steget är att enligt Komppula & Boxberg (2005: 96-102) och Tax och Stuarts (Kinnunen 2004: 36.38) modell göra en nulägesanalys av zoologiska stationen för att kartlägga resurserna gällande utrymmen, personal, tid, ekonomi och samarbetspartners. På detta vis fås zoologiska stationens styrkor, svagheter och möjligheter fram och min egen

uppfattning om verksamheten uppdateras. Nulägesanalysen görs med hjälp av personlig intervju med uppdragsgivare Mariella Hollstein-Mylyoja och Raija Myllymäki samt mina egna observationer och erfarenheter av verksamheten på zoologiska stationen.

Andra fasen i min arbetsprocess är enligt Scheuing & Johnson samt Wilhelmsson & Edvardssons (Kinnunen 2004: 32) teorier idéfasen, som i båda teorierna nämndes som den första fasen. I och med att jag gör tjänsteutvecklingen som en utomstående för företaget, gör jag nulägesanalysen före idéfasen. Utgående från nulägesanalysen bekantar jag mig med verksamheten och får idéer för idéfasen. Bland annat kommer jag under idéfasen att enligt Komppula & Boxberg (2005: 123) göra benchmarking med liknande organisationer i Kilpisjärvi och Lammi samt enligt Finland convention bureaus (2009: 14 – 15) uppmaning kontakta Hangö stads turistinformation för idéer på socialt program.

Nästa fas är själva utvecklingsfasen där de nya turismpaketen skapas. Under utvecklingsfasen görs även en analys av den nya tjänsten där frågor om konsumenternas behov besvaras och alla inre samt yttre faktorer som kan påverka tjänsteproduceringen kartläggs. (Kinnunen 2004: 32-36) I utvecklingsfasen ingår att skapa eventuellt samarbete med andra företagare på Hangö udd och tillsammans med dem bygga upp de färdiga tjänstepaketen.

Sista skedet är att enligt Tax och Stuarts modell (Kinnunen 2004: 36 – 38) integrera den nya tjänsten i Tvärminne zoologiska stations verksamhet. Under denna fas analyserar jag hur de nya tjänsterna påverkar zoologiska stationens verksamhet, för att garantera att de nya tjänsterna följer uppdragsgivarens riktlinjer om verksamheten som går att läsa ur nulägesanalysen. (Kinnunen 2004: 36-38)

Optimalt för arbetet hade varit en möjlighet att börja producera de utvecklade tilläggstjänsterna och få feedback av både uppdragsgivare och kunder. Enligt Tax och Stuarts modell är det viktigt att gå tillbaka till det första steget, det vill säga att analysera hela det nya servicesystemet, för att kunna garantera kontinuerlig service kvalitet. (Kinnunen 2004: 36-38) I och med tidtabellen för detta arbete och det faktum att tilläggstjänsterna säljs endast under månaderna april-oktober, finns det inte en möjlighet för detta.

Till följande presenterar och redogör jag för undersökningsmetoderna jag använde under utvecklingsprocessen. Resultaten från undersökningarna går att läsa ur själva nulägesanalysen.

4.1 Intervjun

En tjänsteutveckling påbörjas som en följd av en marknadsundersökning på konsumenters behov. (Komppula & Boxberg 2005: 96-97) I detta arbete har marknadsundersökningen ersatts av uppdragsgivarnas kännedom om sina konsumenters behov. Intervjun som en undersökningsmetod var ett självklart val. Enligt Martyn Denscombe (2000: 132-133) lämpar sig intervjun som metod då forskaren vill samla mer detaljerad information från ett mindre antal respondenter. En annan motivering för valet av undersökningsmetod var att uppdragsgivarna i detta fall hade privilegierad information att ge, information som grundar sig på att de är människor i en speciell position. (Denscombe 2000: 133)

Den första kontakten med uppdragsgivare Raija Myllymäki var i oktober 2009. Under detta möte diskuterades själva uppdraget, det vill säga att göra en tjänsteutveckling samt riktlinjer gjordes för användbara resurser så som tid, pengar samt personal.

Enligt Bertil Carlssons teorier i forskningsmetodik (1999) bestämde jag mig för att en ostrukturerad intervju var den bästa undersökningsmetoden. I en ostrukturerad intervju är varken forskaren eller respondenterna bundna till några bestämda frågeformulär. Intervjun är fri till sättet och forskaren arbetar utgående från ämnesområden som täcks genom lämpliga frågor. Tekniken kan även beskrivas som ”trattekniken”, då forskaren har möjlighet att börja med allmänna frågor och arbeta neråt för mer detaljerad information. (Carlsson 1999: 81-82)

Första intervjun tog plats på biblioteket i Tvärminne zoologiska stations utrymmen den 10.6.2010. På plats fanns Raija Myllymäki, Mariella Holstein-Myllyoja samt skribenten Heidi Långvik. Intervjun tog formen av en ledig diskussion. Som hjälp för att leda intervjun hade jag förberett en intervjuguide med stödord (bilaga 1), med ämnen jag ville diskutera och få mer information om. Intervjun byggdes upp av fyra större ämnesområden. Under den första delen hade jag frågor om Tvärminne zoologiska station, dess verksamhet, organisation, om området Tvärminne samt hur verksamheten påverkas av Helsingfors universitet som en organisation och av naturskyddsområdet. Det andra och största ämnesområdet under intervjun bestod av frågor om nuläget, för att jag skulle kunna kartlägga de användbara resurserna för tjänstepaketen. Personal, budget, utrymmen, tid, utskänkingslov med mera diskuterades.

Den tredje delen av intervjun bestod av frågor om tjänsterna jag skulle utveckla. Jag frågade frågor om uppdragsgivarnas önskemål och idéer för paketen, samt om

marknadsföring, prissättning, samarbetspartners och olika möjligheter för de tänkta tjänstepaketerna. Under intervjun presenterade jag några idéer från min egen brainstorming, vilka även diskuterades. Slutligen hade vi några minuters brainstorming tillsammans. Fjärde och sista delen av intervjun bestod av frågor om var jag kunde hitta mer information och material om Tvärminne zoologiska station.

Under arbetsprocessen hade jag personlig kontakt med Mariella Holstein-Myllyoja via e-post (31.3.2011, 8.4.2011), för att få svar på frågor som uppstod under själva utvecklingsprocessen. Som en ypperlig informationskälla om Tvärminne zoologiska stations verksamhet fungerade även Helsingfors universitets hemsidor Helsinki.fi/yliopisto.

4.2 Benchmarking

Genom att iaktta och undersöka andra liknande organisationer kan företaget få idéer för utveckling för sin egen verksamhet. (Komppula & Boxberg 2005: 123) Utöver Tvärminne zoologiska station har Helsingfors universitet två fältbaser med liknande verksamhet, vilket är orsaken till att jag valde benchmarking som en undersökningsmetod. Ena basen ligger uppe i Lappland i Kilpisjärvi och den andra i Lammi. (Helsinki.fi/yliopisto 2011) Benchmarkingen utfördes med hjälp av observationer på Lammi och Kilpisjärvi hemsidor (Helsinki.fi/yliopisto) samt genom personlig kontakt på telefon med avdelningssekreterare Pirjo Hakala från Kilpisjärvi fältbas (15.2.2011) och sekreterare Sari Valkama från Lammi biologiska station (15.2.2011).

Kilpisjärvi erbjuder inte tjänster för grupper, som saknar anknytning till Helsingfors universitet. (Pirjo Hakala, personlig kommunikation 15.2.2011) Istället frågade jag frågor om hurdan socialt program de har att erbjuda universitetets grupper. Resultaten framgår ur nulägesanalysen.

4.3 Observationer och erfarenhet

Som en undersökningsmetod fungerade min egen erfarenhet och observationer av Tvärminne zoologiska station och dess verksamhet. Som uppfödd i Tvärminne mina första 17 år, samt genom min arbetserfarenhet på zoologiska stationen under somrarna 2002-2004 har jag samlat på mig information om Tvärminne som ett område med dess möjligheter, samt om Tvärminne zoologiska stations verksamhet. Under intervjutillfället med Raija Myllymäki och Mariella Holstein-Myllyoja (10.6.2010) uppdaterades min uppfattning på verksamheten och obesvarade frågor fick svar.

5 Nulägesanalys

I nulägesanalysen bekantar jag mig med verksamheten på Tvärminne zoologiska station med hjälp av personlig intervju med Mariella Holstein- Myllyoja och Raija Myllymäki (10.6.2010) samt med hjälp av zoologens nätsidor och mina egna observationer. I analysen ingår resurser så som tillgänglighet, personal, tid, uppdragsgivarens önskemål samt möjligheter. Analysen avslutas med en SWOT-analys för att ge en överblick av verksamheten.

Som i inledningen nämndes fungerar Tvärminne Zoologiska station främst som en basstation för fältundervisning och forskning i studier om naturen, samtidigt som de gör uppföljningar om naturens välmående. Under vintertid anordnas där en del seminarier, företagsmöten och kurser för andra fakulteter samt för grupper utanför universitetet. Verksamheten är som livligast under sommarmånaderna maj till september. (Helsinki.fi 2010)

5.1 Tillgänglighet

Tvärminne ligger på Hangö udd vid havet, 20 kilometer från den närmaste staden Hangö. Från huvudstadsregionen och Åbo tar resan ca två timmar. Till Tvärminne går inga direkta förbindelser. Tåg och buss går antingen till Hangö eller Lappvik, var man byter buss eller tar en taxi den sista sträckan fram. Bussförbindelserna till Tvärminne är få och närmaste busshållplats ligger tre kilometer från den zoologiska stationen. (Helsinki.fi 2010) Tillgängligheten har varit och är fortfarande ett problem för Tvärminne zoologiska station. Vanligtvis anländer grupperna med en abonnerad buss eller med tåg och sedan taxi för den resterande vägen från tågstationen till Tvärminne, en stor del anländer med egna bilar. (Myllymäki & Holstein-Myllyoja, personlig kommunikation, 10.06.2010) Gäster som stannar längre vid stationen har också problem med rörligheten, då förbindelserna till exempel till Hangö är få och vistelsen blir begränsad till Tvärminne. Samtidigt som tillgängligheten är en svaghet, är det även en styrka för stationen. Zoologen erbjuder med sitt läge en lugn miljö och garanterad arbetsro. Tillgängligheten blir för konsumenten en kostnadsfråga.

5.2 Pull-faktorer

Området, med sin rika och varierande natur är ypperligt för en fältstation. Helsingfors universitet äger en stor del av både land- och havsområdet runt Tvärminne zoologiska station, 140 ha land och 460 ha vatten för att vara exakt. Universitetets land- och havsområden är fridslysta och därför är det otillåtet att röra sig på annat än utmärkta vägar, stigar eller havsleder där. (Tvärminne.fi, Reinikainen 2011) Naturen, lugnet, avskildheten och den vackra omgivningen är enligt mina egna observationer och erfarenhet zoologiska stationens absolut största dragningskraft. Gästerna önskar kunna vandra omkring fritt och njuta av friluftslivet. I praktiken blir detta omöjligt att göra på det fridlysta området. Turisterna måste röra sig på speciellt utmärkta stigar i grupp med en ansvarig gruppleddare som känner till de olika restriktionerna. De utmärkta stigarna är för tillfället under arbete. (Myllymäki & Holstein-Myllyoja, personlig kommunikation, 10.6.2010) Naturen i Tvärminne är den främsta dragningskraften och det faktum att gästerna inte kan röra sig fritt i naturen blir en svaghet för stationen.

5.3 Personal

För Tvärminne zoologiska stationen arbetar året runt ca 22 personer. Dessa är fördelade på arbetsuppgifter inom administrationen, datatekniken, laboratoriet, köket, städen samt fastighetsskötseln. Utöver dessa anställs årligen några semestervikarier. Arbetarna har bestämda arbetstider med sju timmar och 15 minuter för varje arbetsdag under vardagar. Vid specialtillfällen görs veckoslutsarbete och övertid. Endast kökspersonalen arbetar i skiftet. (Myllymäki & Holstein-Myllyoja, personlig kommunikation, 10.06.2010)

Uppdragsgivarens krav är att de planerade konferenspaketen inte överskrider personalens arbetstid eller ger dem nya arbetsuppgifter. Arbetet som uppstår av kundens inkvartering, bispisning samt mötesverksamhet räknas alltså inte som en tilläggsbörda för personalen, detta är nämligen redan en del av den dagliga verksamheten. Eventuella nya aktiviteter så som guidade naturvandringar och utflykter, föreläsningar och dylikt däremot räknas som nya arbetsuppgifter och då måste personalbehovet lösas på andra sätt. (Myllymäki & Holstein-Myllyoja, personlig kommunikation, 10.06.2010) För de nya tjänstepaketen innebär det i praktiken att för aktiviteter som kräver personal måste externa aktörer anlitas. Ett annat alternativ är att utveckla aktiviteter, som kunden klarar av att genomföra på egen hand men som ändå följer områdets regler och restriktioner.

5.4 Fysiska resurser

I huvudbyggnaden arbetar den största delen av personalen. Byggnaden innehåller köket, matsalen, kansliet, personalens och forskarnas arbetsrum, olika laboratorier och forskningsrum, två föreläsningssalar, två grupprum, största delen av biblioteket, metallverkstad samt lager- och socialutrymmen. (Helsinki.fi 2010) Matsalen rymmer 70 personer medan föreläsningssalarna rymmer upp till 40 personer. (Myllymäki & Holstein-Myllyoja, personlig kommunikation, 10.06.2010)

Stationen erbjuder sina gäster möjlighet till inkvartering. Under sommartid finns bäddplatser för ca 100 personer och under vintertid några färre platser. I det så kallade Studenthuset finns 20 stycken dubbelrum, ett brasrum som även kan användas som föreläsningssal, några allrum samt fyra självbetjäningsskök. I rummen finns två bäddar, skrivbord, ett klädskap samt lavoar. Toalett- och duschutrymmen finns separat i korridorerna. Forskarbostaden och "Pingvinhuset" erbjuder inkvartering av samma standard som Studenthuset med sina tio och fyra stycken dubbelrum. Logipaviljongen, eller Paviljongen som den kallas, togs i bruk 2005 och erbjuder logi i tre cellbostäder med tre separata rum, toalett- och duschrum, kök samt två separata rum med egna badrum. Cellbostäderna kan vid behov användas som familjerum eller arbetsrum. Utöver dessa byggnader finns på zoologen den gamla huvudbyggnaden Palmeniana med fem stycken för familjer passande bostäder, Stiphuset med två lägenheter, två villor samt två stugor utanför stationen. De fem sistnämnda används främst sommartid då logibehovet är som störst. (Helsinki.fi)

På stationen finns även en stor separat bastubyggnad med ett stort gemensamt duschutrymme, två bastun med plats för 8-12 personer, en terrass, ett sällskapsrum med brasa samt ett stort gemensamt omklädningsrum, som alla är till förfogande även utanför kontorstiderna. (Myllymäki & Holstein-Myllyoja, personlig kommunikation, 10.06.2010)

Tvärminne zoologiska har fungerande utrymmen och teknik för mötesverksamhet, bespisning och inkvartering för små och medelstora grupper. Vad som måste beaktas vid tjänsteutvecklingen är standarden på inkvartering i samband med målgruppen samt det faktum att frukost, lunch, kaffe och middag serveras bestämda tider. Mat utöver de bestämda tiderna går att beställas med extra kostnader. (Myllymäki & Holstein-Myllyoja, personlig kommunikation, 10.06.2010)

5.5 Tjänsteutbudet

Tvärminne zoologiska station har ett färdigt tjänsteutbud på kärntjänsterna inkvartering, bespisning samt mötesverksamhet. Dessa bokas och säljs som skräddarsydda paket, endast genom avdelningssekreteraren på zoologiska stationen. Som en marknadsföringskanal för Tvärminne zoologiska station som en destination fungerar universitetets nätsidor helsinki.fi/yliopisto. Vart femte år arrangerar de ”öppna dörrars dagar” då allmänheten är välkommen att besöka zoologiska stationen för att bekanta sig med stället och verksamheten. (Myllymäki & Holstein-Myllyoja, personlig kommunikation, 10.06.2010) Genom sitt forsknings-, uppföljnings- samt utbildningsarbete får zoologiska stationen enligt egna observationer även en del publicitet i olika tidsskrifter, vilket sprider medvetenheten om zoologiska stationen.

5.6 Samarbetspartners

Under år 2009 besöktes Tvärminne zoologiska av 74 grupper med sammanlagt 1000 personer, 34 kurser arrangerades med allt som allt 477 deltagare, 310 forskare och 86 stycken kurslärare besökte zoologen. Dagsbesök gjordes av 28 olika grupper med sammanlagt 344 personer. De flesta gästerna stannar på zoologen i ett dygn. (Myllymäki & Holstein-Myllyoja, personlig kommunikation, 10.06.2010) Tvärminne zoologiska station har några återkommande gäster eller samarbetspartners som de även kan kallas. Bland annat olika högskolor, gymnasier och universitet, skogsforskningsinstitutet, Forststyrelsen, internationella studerandeorganisationer, miljöspecialisternas centralförbund MCF rf., Hangö och Raseborgs stad, TE-centralen samt arbetsförmedlingen är återkommande gäster. (Myllymäki & Holstein-Myllyoja, personlig kommunikation, 10.06.2010) Önskemål från uppdragsgivaren är att utveckla tjänstepaket som skulle locka företagskunder från den privata sektorn. Som en del av Helsingfors universitet har Tvärminne zoologiska station möjlighet att erbjuda förmånliga turispaket, men de är ändå mån om att inte utkonkurrera några företagare på Hangö udd.

5.7 Uppdragsgivarens önskemål

Som redan i kapitlet om arbetsprocessen nämndes har ingen marknadsundersökning gjorts för att kartlägga konsumenternas behov. Marknadsundersökningen har ersatts av uppdragsgivarnas kunskap och personliga erfarenhet de fått av verksamheten genom sitt arbete.

Under den andra personliga intervjun (10.06.2010) med Raija Myllymäki samt Mariella Holstein-Myllyoja diskuterades även uppdragsgivarens önskemål om turismpaketens karaktär. Aktiviteterna skall gå att genomföras under vintermånaderna oktober till april. Målgruppen är mötesgrupper från företag eller föreningar, det vill säga tilläggstjänsterna skall vara passande för både små och stora grupper. Myllymäki nämnde ”kolme k: ta” som på finska står för ’kiireetön’, ’kravatiton’ samt ’kännykätön’. Fritt översatt blir de tre k: na på svenska ledig/lugn, kravattfri och mobiltelefonsfri. Myllymäki önskar att när gästerna anländer till Tvärminne zoologiska stationen skulle de glömma tidtabeller och tidspress, ”ta av sig sin kravatt” och det vill säga känna sig som hemma samt sätta telefonen på ljudlös för att uppleva lugnet som zoologiska stationen kan erbjuda. (Myllymäki & Holstein-Myllyoja, personlig kommunikation, 10.06.2010)

Tilläggstjänsterna till mötespaketen skall helst återspegla verksamheten på Tvärminne zoologiska station. Som exempel nämnde Myllymäki att öka medvetenheten om Östersjöns välmående eller fågelbongning. Tvärminne zoologiska station vill inte utkonkurrera företagen på Hangö udd, utan tvärtom främja deras verksamhet. Uppdragsgivarnas önskemål var även att nätverka med Hangö-företagare och skapa samarbete i form av tilläggstjänster som zoologiska stationen kan sälja. Guidade rundturer om Hangös krigshistoria samt emigration nämndes under diskussionen. Även handarbete, inredning, välmående samt ekologiskhet var några av uppdragsgivarens önskemål. (Myllymäki & Holstein-Myllyoja, personlig kommunikation, 10.06.2010)

Som redan tidigare nämndes i stycket om personalresurser önskar uppdragsgivaren att inte öka på personalens arbetsbörda. Personalen har en viss arbetstid som inte får överskridas och arbetsuppgifterna får inte öka. Till exempel en kryssning med ett av zoologiska stationens fartyg är inte önskvärt, eftersom det kräver två män från personalen är med under kryssningen. Personalen får användas i viss mån. Förutom städerskorna för staden och kökspersonalen för matlagning nämndes även som exempel att någon från personalen kan ge en kort presentation om Tvärminne, samt zoologiska stationens verksamhet. (Myllymäki & Holstein-Myllyoja, personlig kommunikation, 10.06.2010)

5.8 SWOT-analys

Med hjälp av informationen som finns på Helsingfors universitets hemsidor, egna observationer samt informationen från intervjun (10.06.2010) med Raija Myllymäki och Mariella Holstein-Myllyoja har jag framställt en SWOT-analys.

Tabell 1 SWOT-analys

Styrkor <ul style="list-style-type: none"> • Läget; lugnet och vackra naturen • Utrustning; täcker alla grundbehov för logi, bispisning och mötesutrustning • Bastu, sällskapsrum 	Svagheter <ul style="list-style-type: none"> • Läget; tillgängligheten • Tidsresurs; personalen • Naturen; en dragningskraft som inte går att utnyttja
Möjligheter <ul style="list-style-type: none"> • Bastu, sällskapsrum • Naturen • Hangö-utfärder 	Hot <ul style="list-style-type: none"> • Tillgängligheten • Naturen; en dragningskraft som inte går att utnyttja • Tidsresurserna

Ur tabellen går att läsa Tvärminne zoologiska stations styrkor, svagheter, möjligheter och hot. Analysens syfte är att ge en överblick av stationens verksamhet och fungera som ett hjälpredskap vid utvecklingen av tjänstepaketen. Styrkorna, som även kan ses som zoologens dragningskraft, är främst naturen och lugnet men även utrymmen och utrustning som täcker alla grundbehov samt de stora sällskapsrummen och bastun. Svagheter består av tillgängligheten, tidsresurserna och naturen. Naturen som är en stor dragningskraft är även en resurs som inte går att utnyttja på grund av naturskyddsområdets restriktioner samt det faktum att uppdateringen av naturstigarna ännu är under arbete. Tillgängligheten blir ett extra arrangemangsmoment och speciellt en kostnadsfråga för kunden. Personalens tidsresurser är inte tillräckliga för att involveras i nya arbetsuppgifter och personalens arbetstid är begränsad.

Bastun, sällskapsrummen och omgivningen är möjligheter för Tvärminne zoologiska station. I Studentbostadens brasrum finns det möjlighet för att ordna fortsatt

mötesverksamhet, kvällsaktiviteter eller festligare get togethers. Naturen kan även vara en möjlighet. Under en god vinter kan promenader, skidning med mera vara möjligt på isarna i Tvärminne. Naturutflykter kan även göras utanför naturskyddsområdet. Hangö erbjuder naturstigar och fågeltorn. Med dags- eller halvdagsutfärder mot Hangö kan gästerna njuta av naturen och utbudet med aktiviteter ökar. Även uppdragsgivarens önskan att involvera Hangös företagare uppfylls med utflykter till staden.

Hot för verksamheten på Tvärminne zoologiska är den svåra tillgängligheten som också skapar extra kostnader för kunden. Tidsresurserna vad gäller personalen påverkar kundens program och kan för vissa ses som för styrande för mötesverksamheten. Ett till hot för verksamheten är naturen som en dragningskraft. Då den omgivande naturen kan vara en förväntning hos kunden är det en besvikelse för dem då de inte kan utnyttja naturen som en resurs för fritidsaktiviteter.

6 Tjänsteutvecklingen

Efter att ha bekantat mig med Tvärminne zoologiska station och uppdaterat min egen uppfattning om verksamheten där, påbörjades idéfasen för tjänsteutvecklingen. I följande stycke presenterar jag både arbetsprocessen och de nya tjänstepaketet för socialt program. Några idéer uppstod redan under första mötet i oktober 2009 med Myllymäki samt genom egen brainstorming och erfarenheten av zoologiska stationen. Dessa idéer presenterades under intervjutillfället med Myllymäki samt Holstein-Myllyoja (10.6.2010). De första idéerna baserade sig på olika sorters naturaktiviteter och föreläsningar. Idéerna slopades på grund av bristande tidsresurser samt det faktum att naturstigarna inte än är i brukbart skick, som det går att läsa om ur nulägesanalysen.

Efter mötet på zoologiska stationen ändrade grunden, det vill säga att använda naturen som en dragningskraft för fritidsaktiviteter, för det tänkta sociala programmet och jag behövde nya idéer. För att få flere idéer och ett större perspektiv på vad en turist vintertid kan göra på Hangö udd kontaktade jag enligt Finland convention bureaux (2009: 14 – 15) anvisningar Hangö turistinformation per e-post (2.2.2011). Turistsekreteraren Tanja Kvarnström gav många fina exempel på vinteraktiviteter och nätadresser för ytterligare information om dessa. (Tanja Kvarnström, personlig kommunikation, 2.2.2011)

Enligt Komppula & Boxbergs (2005: 123) teorier om tjänstens kvalitet beslöt jag mig för att använda benchmarking för möjliga nya idéer. Mina benchmarking studier hos Lammi

och Kilpisjärvi station, som är två andra av Helsingfors universitets fältbaser, gav dock inte önskade resultat. Kilpisjärvi station tar inte emot grupper utan anknytning till Helsingfors universitet. (Pirjo Hakala, personlig kommunikation, 18.4.2011) Enligt universitetets hemsidor har Lammi liknande mötesverksamhet som Tvärminne zoologiska station, men de erbjuder inget speciellt socialt program för sina mötesgrupper. De två andra fältbaserna har användbara naturstigar och vintertid även välskötta skidspår. (Helsinki.fi/yliopisto 2011) Kilpisjärvi stationens område är inte naturskyddat och stationen i Lammi ligger bara delvis på naturskyddat område. (Mariella Holstein-Myllyoja, personlig kommunikation, 18.4.2011) Det innebär i praktiken att i Lammi och Kilpisjärvi är gästernas rörlighet i naturen inte lika begränsat som på Tvärminne zoologiska station och gästerna kan i stor mån själv skapa sina aktiviteter.

Med hjälp av brainstormingen efter intervjuerna, observationerna samt e-post kontakten med Hangö turistbyrå började jag sammanställa de olika idéerna. Jag beslöt mig för att skapa några aktiviteter som går att genomföras på Tvärminne zoologiska samt för att sammanställa en sorts katalog med möjliga utfärder för aktiviteter i Hangö som sedan kanslisterna på Tvärminne zoologiska station kan använda som en grund då de säljer sina mötespaket.

6.1 Hangö utflykter

Turistsekreterare Tanja Kvarnström (personlig kommunikation, 2.2.2011) på Hangö turistbyrå svarade via e-post på mina frågor om aktiviteter i Hangö. Enligt uppdragsgivarnas önskemål tog jag reda på om möjliga guidade rundturer i staden (Bilaga 4). Ytterligare information om dessa gav Sissi Deiwick per e-post (personlig kommunikation, 22.2.2011) på turistbyrån. Till följande presenterar jag några av dessa temaguidningar samt några andra programalternativ.

Hangö turistbyrå erbjuder guidade rundturer och guidningar antingen med buss eller också rundturer som kan gås till fots. Den allmänna rundturen är väldigt populär och räcker en och en halv timme, men denna görs med buss eftersom gästerna rör sig runt hela Hangö. Under rundturen bekantar sig gästerna med Hangö udds historia, nutid och sevärdheter. Guidningen kan avslutas med ett café eller restaurangbesök och kunden har även själv möjlighet att påverka rundturen genom att välja att besöka någon av Hangös sevärdheter. Till exempel Hangö museum, frontmuseum, någon av kyrkorna, de Fyra vindarnas hus eller vattentornet. (Tourism.hanko.fi 2011)

Temaguidningarna är ypperliga att gå till fots, men några går även att göras med andra transportmedel. Dessa har en viss väderreservation, då det för gästen kan bli obehagligt att promenera i störtregn och det blir svårt att höra guiden. (Sissi Deiwick, personlig kommunikation 22.2.2011) Temat för guidningarna är Hangös historia, endast infallsvinkeln varierar. ”Badhusparkens villor berättar” är en promenerbar guidning i badhusparkens område. Villorna berättar om tiden under storfurstendömet och villorna är speciella med sin vackra träarkitektur. Ett annat alternativ är en guidad rundtur där gästerna bekantar sig med uddens historia genom att besöka olika skulpturer och minnesmärken och höra historien bakom dem. Hangö spelade en stor roll under emigrationstiden och under guidningen ”i emigrantens fotspår” besöks ställen som förknippas med emigrationen. Andra erbjudna temaguidningar är bland annat ”Minnen av Mannerheim”, ”Det röda Hangö och Harparskogs finska försvarslinje”, ”I spåren Ruben Waara” samt ”Rasse Rasks Hangö”. Den sistnämnda temaguidningen är ansedd för barn och baserar sig på författaren Imelin Sandman-Lilius karaktär Rasse Rask. (tourism.hanko.fi)

Enligt Sissi Deiwick (personlig kommunikation 22.2.2011) är en optimal grupp för guidningarna under 25 personer, men max 30 stycken. För större grupper rekommenderas flere guider. Guidningar kan göras på finska, svenska, engelska, tyska, franska och ryska. För en tvåspråkig guidning debiteras ett 15 % tillägg i guidearvodet. Guidearvoden under år 2011 är 70€ för en och en halv timme och 20€ för varje följande halvtimme. Priserna inkluderar inte inträden, transport eller mat. Bokningarna görs genom Hangö stads turistbyrå, Hansea AB. (Sissi Deiwick, personlig kommunikation 22.2.2011)

Restaurangutbudet i staden krymper radikalt vintertid. Med förhandsbokning finns det dock några få möjligheter för grupper att äta på. Restaurang ”På kroken” är en fiskrestaurang som ligger i Hangöby hamnen. Fisk är såklart stället bravur, men även olika köttträtter går att beställa. Alan’s café erbjuder nybakt salt och sött i en gammaldags atmosfär. Efter mellanmålet kan man på cafét bekanta sig med olika utställningar, en second hand bokhandel och en hantverksbutik. Smörmagasinet fungerade förr som en avskedsplats för emigranterna. I dagens läge fungerar Smörmagasinet som en lunchrestaurang med Skandinavisk husmanskost. (Hangö broschyr 2011, tourism.hanko.fi 2011)

För mötesgrupper som önskar en mer skraddarsydd utflykt fungerar aktivitetskatalogen (bilaga 2) som hjälp. Ur den hittas allt möjligt från aktivitetsutbud till sevärdheter och butiker med hantverk med tillhörande adresser och telefonnumror för mer information.

Aktivitetskatalogen har jag personligen sammanställt med hjälp av Hangö turistbyrå (Sissi Deiwick, personlig kommunikation, 22.2.2011) och deras hemsidor (hanko.tourism.fi) samt genom egna observationer. Med hjälp av aktivitetskatalogen skall avdelningssekreteraren på Tvärminne zoologiska station som säljer mötespaketen kunna erbjuda kunden ett lämpligt alternativ. Tanken är att med hjälp av aktivitetskatalogen skall även kanslipersonalen kunna besvara de vanligaste frågorna om nöjen i Hangö. Mitt personliga önskemål var att hitta aktiviteter kopplade till naturen. En tanke var guidade skid- eller skridskoturer längs med stränderna i Hangö. Att uppmana någon att röra sig på isen innebär dock alltid en liten hälsorisk, speciellt med det varierande intervädret. (Sissi Deiwick, personlig kommunikation 22.2.2011) Istället bestämde jag mig för att i aktivitetskatalogen även lista Hangös skidspår och skridskoplaner samt deras adresser.

Eftersom Tvärminne zoologiska station inte använder sig av andra marknadsföringskanaler än sina nätsidor, är det mitt önskemål att uppdragsgivaren skulle marknadsföra dessa tilläggstjänster på nätsidorna. Om inte tjänsteutbudet publiceras någonstans offentligt, är kundens enda möjlighet att få veta utbudet genom personlig kontakt med zoologiska stationens avdelningssekreterare, vilket med hög sannolikhet inte ökar besökarantalet under vintertid. I sådant fall vet inte kunden om tilläggstjänsternas existens före personlig kontakt formats. Bokningarna görs genom zoologiska stationens avdelningssekreterare. Att utforma ett samarbete med till exempel en kongressarrangör kunde vara lönsamt med tanke på nya kunder, men nya möjliga marknadsföringskanaler kommer inte att desto mera behandlas i detta arbete. Information om temaguidningar, restaurangutbud samt en del aktiviteter i Hangö finns publicerat på turistbyråns hemsidor tourism.hanko.fi.

6.2 Socialt program i Tvärminne

I följande stycke presenterar jag alternativ för socialt program som kunden skall kunna genomföra på Tvärminne zoologiska station, utan att behöva ta sig till något annat ställe. Som det nämnts i tidigare stycken var min första idé olika naturupplevelser. Promenader och skidturer längs naturstigarna eller isarna i Tvärminne, båtutflykter i skärgården, fågelbongning och olika föreläsningar om till exempel Östersjön med en tillhörande utflykt. Dessa idéer blev inte verklighet efter mötet med Raija Myllymäki och Mariella Holstein-Myllyoja (personlig kommunikation, 10.6.2010), dels på grund av ekonomiska stjär, personalresurser och naturskyddsområdets restriktioner som det går att läsa mer om i nulägesanalysen.

Tvärminne zoologiska station har redan ett litet utbud på socialt program de kan sälja. Bland annat har zoologen en stor och fräsch bastu som säkerligen lockar många bastubadare. Zoologiska stationen har från förut en prislista för bastu uthyrning, meny alternativ för middagar och även möjlighet för till exempel vaksim. Bastukväll med tillhörande middag i Studentbostadens brasrum är ypperligt kvällsprogram i sig och behöver inte utvecklas. Istället ville jag försöka hitta på någonting nytt för zoologen att kunna sälja.

Det nya programmet måste fungera inom ramarna som sattes under mötet med Myllymäki och Holstein-Myllyoja (personlig kommunikation 10.6.2010) och därför bestämde jag mig för att vända mig till utomstående aktörer. På detta vis uppfylls även uppdragsgivarens önskemål om att gynna verksamheten för andra företagare på Hangö udd. Natur, ekologiskhet, välmående och hållbar utveckling var centrala ord under idéfasen.

6.2.1 Via Garden

Första idén var ett besök av en florist från Hangö, som kunde berätta om blommor medan hon visar blombindning och eventuellt även låter kunderna pröva på det. Tanken är att koppla natur, att göra tillsammans och lokal företagsamhet. Uppdragsgivaren Raija Myllymäki gillade idén men önskade att naturblommor användes under dessa tillfällen. Det första steget för mig var att utnyttja mina egna kontakter inom branschen och kontaktade Carola Sundqvist per telefon (15.2.2011). Sundqvist arbetar med blomodling, torkade blommor, kransbindning, tvåttillverkning samt diverse små hantverk. På grund av ett nytt företag och därmed tidsbrist hade Carola Sundqvist inte möjlighet att ställa upp som en samarbetspartner för Tvärminne zoologiska station. Jag fick rådet att kontakta Tallbacka trädgård i Bromarv.

Göran Karlsson från Tallbacka trädgård ställde gärna upp för ett samarbete, men arbetade med blommor som inte är typiska för Hangö udd. (Göran Karlsson, personlig kommunikation 15.2.2010) Vissa växter är typiska för vissa områden och alla företagare arbetar alla med olika sorters växter. Jag antar att de eventuella kunderna gärna hade jobbat med blommor de själva kan plocka och som finns 'i hemknutarna', istället för att lära sig om blommor som inte förekommer på området. Göran Karlsson nämnde även problemet med naturskyddsreglerna – var får man plocka naturblommorna. (Göran Karlsson, personlig kommunikation 15.2.2010)

Samtal med blomaffären Anemone i Hangö (15.2.2011) visade att många florister på Hangö udd inte arbetar med naturblommor och speciellt inte under vintertid, inte ens med mossor eller ris. Det fanns även en viss ovillighet att ställa upp på eventuella föreläsningar eller så fanns inte en tillräcklig mängd naturblommor förvarat. Ett till problem jag stötte på är att företagarna inte ville binda sig vid något samarbete, då jag inte kunde ge dem några siffror och datum eller garantera dem bokningar. Blommor är en ömtålig vara och företagaren ville ha mer information för att kunna vara bättre förberedd.

Av de olika företagarna jag kontaktade fick jag rådet att istället försöka få igång ett samarbete med någon som kunde berätta om snittblommor eller eterneller, göra blomuppsättningar och samtidigt kunde företagaren sälja de gjorda uppsättningarna. På det viset ökade även utbudet på florister jag kunde kontakta. Per telefon kontaktade jag Hangö blomsterförsäljning (17.3.2011) och fick rådet att skicka e-post med mer information.

Päivi Rahikka äger Hangö blomsterförsäljning, eller via Garden AB som hela företaget kallas. De arbetar med trädgårdsplanering, grönanläggning samt med blommor och blombindning. Rahikka har personligen även ställt upp för olika föreläsningar med tillhörande visningar och hon samarbetar med olika tidningar. Ett samarbete med Tvärminne zoologiska station började skapas. Via Garden har både en blomaffär samt en affär mer inriktad på trädgårdsväxter samt trädgårdsplanering. Päivi Rahikka har dragit föreläsningar om både blommor och trädgårdsplanering, med år av erfarenhet av Hangö udds speciella jordmån samt växtliv. (Päivi Rahikka, personlig kommunikation, 17.3.2011)

Päivi Rahikka kan ge föreläsningar om önskat ämne både för floristsidan av sin verksamhet samt av trädgårdssidan, med en tillhörande visning antingen genom PowerPoint presentation eller med verkliga växter. I mån av möjlighet kan även gästerna själva få prova arbeta fram olika uppsättningar beroende på använda växter samt mängden behövda växter. Kostnaderna för ett "blom-paket" består av en föreläsartaxa som är beroende av gruppstorlek, använda råvaror samt reseersättningar.

6.2.2 Sattwa wellness

Andra idén kom upp med tanke på välmående. Efter en dag av sittande i mötesrum kan det för kunden vara uppiggande att få röra på sig. Jag bekantade mig med utbudet i Hangö på Hangö stads nätsidor för att hitta en lämplig form av motion samt någon som kunde tänka sig komma till Tvärminne zoologiska station för att instruera en motionslektion. I tankarna

hade jag en motionsform som passar alla åldrar, storlekar och konditioner. På Hangö stads nätsidor läste jag om Sattva Wellness som erbjuder Ayurveda, vilket väckte mitt intresse.

Ayurveda visade sig vara en benämning på traditionell indisk medicinvetenskap och handlar bland annat om örtmediciner, rätt sorts kost och olika muskeltränande aktiviteter. (Nationalencyklopedin.se) Vi lever i ett wellness-samhälle där en god hälsa och olika sätt att uppnå god hälsa blir åtråvärt, så Ayurveda kunde vara något som även väcker konsumenternas intresse. Jag kontaktade per telefon Sattva Wellness (21.2.2011) och diskuterade med ägaren Tarja Aalto om ett möjligt samarbete. (Tarja Aalto, personlig kommunikation, 21.2.2011)

Sattva wellness har fungerat i Hangö sedan år 1993. De erbjuder wellness relaterade tjänster i form av olika föreläsningar, skolning, motionspass, yogakurser och behandlingar såsom massage. Målgruppen är bred, men består till en stor del av kvinnor i åldrarna 30-70 år. Gemensamt för alla kunderna är att de är intresserade av hälsa och aktivt vill göra något för att förbättra sitt personliga välmående. (Tarja Aalto, personlig kommunikation, 14.4.2011)

Tarja Aalto skickade mig per e-post (8.3.2011) en elektronisk broschyr (bilaga 3) på olika alternativ och ville gärna träffas för att diskutera flere alternativ. Sattva Wellness erbjuder skraddarsydda programpaket, eller så kallade moduler, både för grupper och individuella. Utbudet byggs upp av sex olika moduler. "Daily" modulen består av dagliga 30 minuter långa stretch-övningar, som kan genomföras både hemma och på jobbet. Övningarna stärker kroppen och aktiverar energiströmmarna. "Anti-stress" modulen består av avslappnande fysiska övningar som kopplas ihop med andning, visualisering och musik. "Wellness-promenaden" räcker 60 minuter ute i naturen och stärker alla människosinnen samtidigt som den är meditativ. Under "Ayurveda" modulen bekantar sig kunderna med Ayurveda och yoga filosofin. En och halvtimmen innehåller en skraddarsydd asanasession, andningsövningar samt meditering. Den femte modulen består av massage, som i detta fall inte passar den tänka målgruppen för Tvärminne zoologiska station. Massage är mer lämpligt för individuella resenärer. Den sjätte modulen är så kallade "wellness-dagar". Under dessa skraddarsydda dagar strävar Sattva wellness att i samarbete med kunden uppnå både fysiskt och psykiskt välmående. Detta görs genom att informera om och uppmuntra till levnadsvanor som främjar hälsan. I modulen ingår faser så som kost, motion, hygien, sömn, stresskontroll, värden och det individuella levnadssättet – och vilka av alla möjligheter som passar vilken individ bäst. (Sattva Wellness)

Bokningar av program av Sattwa Wellness går att göra antingen genom turistbyrån eller direkt till Sattwa Wellness. För att kunna skräddarsy ett lämpligt program behöver de veta gruppstorlek, hurdana utrymmen som finns till förfogande, hurdant program gruppen har samt för att nå bättre resultat behöver de lite bakgrunds information om levnadsvanor för varje individuell deltagare. Bokningarna tas gärna emot några veckor före dem går av stapeln, men Sattwa wellness tar även i mån av möjlighet emot bokningar med kort varsel. (Tarja Aalto, personlig kommunikation 4.4.2011)

Priset på paketen varierar, eftersom de alltid är skräddarsydda för gruppen. Grundpriset för de olika paketen är 150€. Slutpriset påverkas av gruppstorlek, program, tid, utrymmeshyror samt reseersättningar. Som ett exempel nämner Tarja Aalto att en ”Daily” modul på Tvärminne zoologiska rör sig kring 180€ plus skatter, rese-ersättningar och eventuella utrymmeshyror. (Tarja Aalto, personlig kommunikation 4.4.2011)

7 Uppdragsgivarens kommentarer

I följande stycke presenteras uppdragsgivare Mariella Holstein-Myllyojas åsikter om de utvecklade tilläggstjänsterna. (Personlig kommunikation, 19.4.2011) Under intervjun (10.6.2010) var uppdragsgivarnas önskemål att tjänsterna skulle återspegla verksamheten på Tvärminne zoologiska station. Ekologiskhet, lugn, välmående och natur var några av de centrala orden. (Raija Myllymäki & Mariella Holstein-Myllyoja, personlig kommunikation, 10.6.2010)

Tjänstepaketen som utförs i samarbete med via Garden och Sattwa Wellness verkar vara riktigt användbara och återspeglar till en del verksamheten på zoologiska stationen. Aktivitetskatalogen är en bra sammanfattning på olika alternativ Hangö kan erbjuda. Katalogen kunde även fungera som hjälp för den övriga kanslipersonalen anser Mariella Holstein-Myllyoja. (Personlig kommunikation 19.4.2011)

Som ett problem diskuterades synligheten av de utvecklade tjänsterna. De möjliga konsumenterna vet inte om tilläggstjänsternas existens, om de inte vet att fråga efter sådana. En del av aktiviteterna och temaguidningarna finns publicerade på Hangö stads nätsidor tourism.hanko.fi. Som en del av Helsingfors universitet kan Tvärminne zoologiska station inte uppdatera sina egna nätsidor enligt eget tycke utan förhandlingar med organisationen. (Mariella Holstein-Myllyoja, personlig kommunikation, 19.4.2011)

8 Sammanfattning

Uppdraget kom till då jag genom mina föräldrar, som båda varit anställda hos Tvärminne zoologiska station, fick höra att zoologiska stationen önskade öka sin verksamhet för vinterhalvåret. Efter ett möte med Raija Myllymäki (oktober 2009) uppstod ett utvecklingssamarbete och mål för arbetet lades upp.

Uppdragsgivarens önskemål var att utveckla program för företagsgrupper. Med personliga intervjuer, benchmarking samt egna observationer kartlades Tvärminne zoologiska stationens resurser för socialt program för mötesgrupper. Det faktum att Tvärminne zoologiska station ligger på ett naturskyddsområde samt är en del av Helsingfors universitet, gav naturliga riktlinjer och satte restriktioner för tilläggstjänsternas utvecklingsprocess.

Med hjälp av teorier om tjänster samt tjänsteutveckling hade jag anpassat en modell för tjänsteutvecklingsprocessen för Tvärminne zoologiska station. Med en nulägesanalys kartlades resurserna för socialt program och grunden för utvecklingsarbetet lades. Enligt Finland Convention Bureaus (2009: 15-15) uppmaningar kontaktades även Hangö turistbyrå för idéer på socialt program. Samarbetet med uppdragsgivarna Raija Myllymäki och Mariella Holstein-Myllyoja, tipsen från Hangö turistbyrå samt mina egna idéer byggde upp det sociala programmet.

Slutprodukten blev två skräddarsydda programalternativ, som går att genomföras på Tvärminne zoologiska station. Dessa utförs i samarbete med två företagare från Hangö. Utöver programmet som kan genomföras på zoologiska stationen, skapades en aktivitetskalender med programutbud i Hangö. Enligt Finland Convention Bureau (2009: 14-15) skall det sociala programmet ge konsumenterna en möjlighet att bekanta sig med varandra, med staden och kulturen. Det sociala programmet för Tvärminne zoologiska station är väldigt fritt och går att variera i hur det genomförs. I utbudet finns möjligheter för kunderna att bekanta sig med staden eller till exempel genom Wellness dagar spendera tid med varandra och skapa starkare umgänge.

Uppdragsgivarnas önskade målgrupp var företagsgrupper (Raija Myllymäki & Mariella Holstein-Myllyoja, personlig kommunikation, 10.6.2010). De utvecklade tjänsterna lämpar sig ypperligt för både mötesgrupper och incentive-grupper. Tilläggstjänsterna ger konsumenterna en möjlighet att njuta av lugnet, göra utfärder och eventuellt promenader i naturen i och med samarbetet med Sattwa Wellness, vilket enligt egna observationer kan

vara konsumenternas förväntningar av Tvärminne zoologiska stationen. Tjänstens kvalitet byggs upp bland annat av konsumentens förväntningar i kombination med den verkliga upplevelsen. (Ritva Kinnunen 2004: 17)

För ett gott slutresultat hade det varit ypperligt att kunna testköra och lansera det sociala programmet. På grund av tidtabellen och det faktum att tjänsterna endast säljs vintertid, fanns inte en möjlighet för detta. En utvärdering av tilläggstjänsternas lämplighet gjordes av uppdragsgivaren Mariella Holstein-Myllyoja.

Som en fortsättning efter de utvecklade tjänsterna kunde Tvärminne zoologiska göra en marknadsundersökning, för att kartlägga kundernas behov. Istället för att arbeta med att ytterligare utveckla sina tjänster, skulle organisationen behöva göra en marknadsföringsplan. Förr tillfället fungerar endast nätsidorna samt en del tidningspublicitet som deras marknadsföringskanaler. Genom att tydliggöra tilläggstjänsternas existens med effektiv marknadsföring kunde verksamheten öka.

Källförteckning

- Aarrejärvi, L. (2003). *Kokoukset ja kongressit järjestäjän käsikirja*. Oy Edita Ab, Helsingfors
- Alén, J. m.fl. (1997). *Hotelli palveluiden tuottajana*. Oy Edita Ab, Helsingfors
- Boxberg, M. & Komppula, R. (2005). *Matkailuyrityksen tuotekehitys* Oy Edita Ab, Helsingfors
- Carlsson, B (1999). *Grundläggande forskningsmetodik för medicin och beteendevetenskap* Liber Ab, Stockholm
- Denscome, M (2000). *Forskningshandboken – för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna* Studentlitteratur, Lund
- Finland Convention Bureau (2009). *Kongressisuunnittelun opas*. Tillgänglig: http://www.fcb.fi/UserFiles/fcb/File/pdf/Kongressisuunnittelu_opas/Kongressisuunnittelu_opas.pdf
- Grönroos, C. (2003). *Marknadsföring i tjänsteföretag*. Liber Ekonomi, Malmö
- Johansson, M. & Westerblad, S. (2004). *Konferens och reception fakta*. Liber, Malmö
- Kilpisjärvi biologinen asema. Hämtad 15.2.2011. Tillgänglig: <http://www.helsinki.fi/kilpis/>
- Kinnunen, R. (2003). *Palvelujen suunnittelu*. Wsoy, Vanda
- Kotler, P m.fl. (2006). *Marketing for hospitality and tourism*. Pearson, New Jersey
- Lammin biologinen asema. Hämtad: 15.2.1011. Tillgänglig: <http://www.helsinki.fi/lammi/>
- Luthin-Kärling, N. m.fl. (1995). *Hotellet B-C Reception, husfru och konferens*. Sellin & Partner Bok och Idé AB, Stockholm
- Nationalencyklopedin. Hämtad 21.2.2011. Tillgänglig: <http://www.ne.se/ayurveda>
- Saarelma, K. (2002). *Kongressiopas Kuinka tieteellinen kongressi järjestetään*. Primacarrera, Helsingfors
- Tvärminne zoologiska station. Hämtad: 21.5.2010 Tillgänglig: <http://luoto.tvärminne.helsinki.fi/index.htm>
- Personlig kommunikation
- Aalto, Tarja, Sattwa Wellness. Telefonintervju, e-post kontakt: 21.2.2011, 8.3.2011, 14.4.2011
- Deiwick, Sissi, Hansea Oy AB. E-post kontakt 22.2.2011

Holstein-Myllyoja, Mariella, avdelningssekreterare på Tvärminne zoologiska station. Intervjuer, e-post kontakt, telefonintervju: 10.6.2010, 19.4.2011

Kvarnström, Tanja, turistsekreterare på Hansea Oy AB. E-post kontakt 2.2.2011

Myllymäki, Raija, avdelningssekreterare på Tvärminne zoologiska station. Intervjuer oktober 2009, 10.6.2010

Rahikka, Päivi, Via Garden. E-postkontakt, telefonintervju 17.3.2011

Intervjuguide – Raija Myllymäki 10.6.2011

Tvärminne zoologiska station

- Vad är det? Verksamhetsidé?
- Organisationen?
- Naturskyddsområde?
- Regler och restriktioner?

Nuläget

- Fysiska och tekniska möjligheter för turismpaket?
- Vilka alla utrymmen får utnyttjas
- Personal
- Tidsramar
- Utskänkingslov?
- Budget?
- Marknadsföring?

Turismpaketen

- Hurdana paket ser du?
- Målgrupp?
- Prissättning
- Samarbetspartners?
- Föreläsningar?
- Marknadsföring
- Brainstorming

Material

- Benchmarking, Lammi & Kilpisjärvi
- Om Tvärminne?

AKTIVITETER

Biljard

Club Galaxy
Hamngatan 2
tel. 019 248 7700, <http://www.clubgalaxy.net/>

Forum
Berggatan 21
tel. 019 248 3055, <http://www.cafeforum.tk>

Roxx Café & Pub
Östra hamnen
tel. 019 248 4393, <http://www.roxx.fi/>

Wild Viking Motel
Glasbruksgatan 6
tel. 040 516 3837, 040 834 5091, www.wildvikingmotel.fi

Biograf

Kino Olympia (Finlands sydligaste biograf)
Berggatan 11
tel. 019 248 1811, 040 5703948

Bowling

Bowlinghallen (6 banor, café, bastu, kabinett)
Idrottsgatan 5
tel. 019-248 4700

Frisbeegolf

Frisbeen och resultatkort från idrotts- och turistbyrån.
Frisbeegolfbanor i Hangö: Tegelbruksvägen (Lillmärsans skogsområde, gratis bana med 18 korgar, i bruk året om)
Hangö stads idrottsbyrå, tel. 019 2203 400, stefan.fri@hanko.fi och Hangon Hyrskyt Frisbeegolf, Jorma Nousiainen, tel. 040 589 2564.

Grillkåta & badtunna

Supervivo, Joanna Youn
tel. 050 564 3563
joanna.young@supervivo.net, <http://www.supervivo.net/>

Ishockeyrink

Täktomvägen 9

Konditionssal

Steelstudio, Hamngatan 2
tel. 019 248 2822
steelstudio@steelstudio.net, <http://www.steelstudio.net/>

Motionsbana

Belyst motionsbana (1,2/1,8/3,3 km)
Tegelbruksvägen

Pilkfiske Fiskelov till pilkfiske behövs ej p.g.av allemansrätten

Skidning

Belyst skidspår, (1,2/1,8/3,3 km), Tegelbruksvägen
Skidspår (5 km), Furuviiken

Skridskobanor

Idrottshuset, Rådmansgatan 12
Täktomvägen 9

Tennis

Bokning av spelplan i sporthallen Cuplis: Idrottsbyrån, tel. 019 2203 400
HTK Tennis rf., <http://www.hankotennis.net/>
Modern Tennis Institute (tennisskola)
tel. 040 500 5313, 040 769 2523, <http://www.mtitennis.com/>

UTSTÄLLNINGAR OCH HANTVERK

Hangö museum - Utställningar året runt.

Nycandergatan 4
tel. 019 203 228, 2203 223

Stadshusgalleriet - Gästande utställningar året runt.

Rådhusorget 5
tel. 019 2203 273

Frontmuseet - Finlands historia och krigen.

Lappvik
tel. 019 231 301 (kontoret)
<http://www.frontmuseum.fi/>

Stadsbibliotekets galleri - Gästande utställningar året runt.

Berggatan 3-5
tel. 019 2203 380

Galleri och butik Söder - Designaffär, galleri och utrymme för performance.

Hamngatan 3
tel. 040 504 4412

Studio Tomi Parkkonen - Fotografier.

Hamngatan 2
tel. 050 511 6449
www.parkkonen.fi

Konstgalleri Esko Sihtola - Oljemålningar, akvareller, grafik.

Backagatan 20
tel. 019 248 6678, 040 524 2260
www.eskosihtola.fi

Konstgalleri Pekka Vehviläinen - Maritima akvareller och ritningar; Hangö motiv mm.

Berggatan 12-14
tel. 040 552 2486
www.pekkuva.fi

Galleri Kalevi Korsu - Träreliefer, dekorationsföremål mm.

Fiskaregatan 6
tel. 0400 202 624
www.kalevikorsu.fi

Annika Brandt: konstnärens arbetsrum - Bildkonst.

Helkama-huset, Hamngatan 2
annika.brandt@gmail.com

Göran Levin: konstnärens arbetsrum - Oljemålningar, realistisk konst.

Kapellhamnsvägen 105 B
tel. 0400 631 259

HANTVERK OCH SOUVENIRER

Hanko Design: Hangö hantverkare

Villa Orrman, Rådhusorget 4
tel. 040 839 6858, www.hankodesign.fi

Design Shop Enid

Berggatan 15-17
tel. 019 248 2123

Arbetscentralens bod

Bangatan 3
tel. 019 248 7524

SEVÄRDHETER

Badhusparken

Badhusparkens villaområde byggdes vid sekelskiftet kring Hangö bad. Villorna representerar en dekorativ träarkitektur, och de ritades av ansedda arkitekter. I villorna inkvarterades badgäster, som ofta stannade i Hangö hela sommaren. Badinrättningen fick stora skador under fortsättningskriget och revs efter krigets slut. En del av villorna fungerar än idag som pensionat och restauranger.

Kärleksstigen

På Parkbergen finns en naturstig, med vacker utsikt över havet och staden. Vid stigen, direkt vid vattnet finns en jättegryta. Området är lämpligt för fågelskådning och där finns även krigsminnen.

De Fyra Vindarnas Hus – stängt för renovering

Byggnaden fungerar idag som café och restaurang.

Östra hamnen

Östra hamnen är Finlands största gästhamn och fungerar sommartid som centrum för både evenemang och kvällsliv.

Hangö evangelisk-lutherska kyrka

Kyrkbacken, Vårdberget, Kyrkovägen

tel. 019 263 0620 (pastorskansliet), www.hangoforsamling.fi.

Kyrkan byggdes efter ritningar uppgjorda av Jac. Ahrenberg 1892. Kyrkan renoverades p.g.a. stora skador efter senaste krig och åter 1972-73.

Hangö ortodoxa kyrka

Täktomvägen 5

tel. 040 566 4492, www.ort.fi/sv/

Ryska badgäster lät bygga kyrkan 1895. Den är helgad åt furst Vladimir och Maria Magdalena. Öppen sommartid enligt överenskommelse.

Lappvik kyrka

Sanduddsvägen 14, Lappvik

tel. 019 263 0620 (pastorskansliet), www.hangoforsamling.fi

Kyrkan invigdes till bönehus för den evangeliska rörelsen 1913 men under Hangös arrendetid fungerade kyrkan som biograf.

Täktom kapell

Kapellvägen 36, Täktom

tel. 019 263 0620 (pastorskansliet), www.hangoforsamling.fi

Magister Carl V. Gylphe lät bygga kapellet år 1920 som gravkapell för sin dotter Lucie Vera som dog redan vid två års ålder. Ritningarna gjordes av professor Armas Lindgren och arkitekt Bertil Liljeqvist. Kapellet har fått intryck av både nygotiken och barocken. Det ursprungligen katolska kapellet vigdes till bruk av Hangö evangelisk-lutherska församling år 1936 av biskop Max von Bonsdorff. Sommartid används kapellet flitigt för vigslar.

Emigrantmonumentet, Havsgatan

På strandklipporna står ett minnesmärke, som restes 1967 till minne av den stora emigrationen 1880-1930. Minnesmärket planerades av skulptören Mauno Oittinen. Överst

kan man se tre tranor, som lyfter ut över havet.

Smörmagasinet, Västra hamnen

Då Hangö blev en viktig exporthamn för smöret, krävde smörexportörerna att ett tidsenligt magasin skulle byggas i Västra hamnen och det uppfördes 1907–1909. Planerare var arkitekten, professor Gustaf Nyström. Idag fungerar bl.a. hamnkontoret samt en lunchrestaurang i byggnaden, som under tidens gång har bevarat sin ursprungliga charm. Byggnaden är skyddad och är en av stadens många historiska sevärdheter.

UTSIKTSTORN

Solbryggan

Västra hamnen

Från den nya utsiktsplatån vid vågbrytaren har man en fin utsikt över havet.

Stormtornet

Drottningberget, Västra hamnen

Från utsiktstornet (18 m över havsytan) har man en fin utsikt över Västra hamnen och Östersjön.

Vattentornet

Öppet endast sommartid

KRIGSMINNEN BESÖKSMÅL

Krigargraven

Nya begravningsplatsen, Östra allén

Veteranminnesmärket

Berggatan

De rödas grav

Nya begravningsplatsen, Östra allén

Ortodoxa begravningsplatsen

Notholmsvägen

Minnessten för ingermanlänningar som begravts i Hangö

Nya begravningsplatsen, Östra allén

Frihetsstatyn

Frihetsstatyn i Hangö restes år 1921 till minnet av de tyska truppernas landstigning år 1918. Statyn finns vid stranden i ändan av Boulevarden.

TEMAGUIDNINGAR

Allmän rundtur

Guidad busstur i Hangö på 1½ timme. Bekantar sig med Hangö udds historia, nutid och sevärdheter. Kunden har möjlighet att själv välja vilka mål som besöks samt välja rast-ställe.

Badhusparkens villor berättar

Rundtur till fots eller med transportmedel. Rundtur i badhusparkens område där kunderna genom trävillornas arkitektur bekantar sig med tiden under storfurstendömet.

Skulpturer och minnesmärken

Möjlighet att bekanta sig med Hangös historia genom att besöka olika skulpturer och minnesmärken

I emigrantens fotspår

Besök till ställen som förknippas med emigrationstiden.

Andra temaguidningar om Hangös krigshistoria

Minnen av Mannerheim
Det röda Hangö och Harparskogsförsvarslinje

Temaguidningar baserade på författaren Irmelin Sandman-Lilius karaktärer

I spåren Ruben Waara
Rasse Rasks Hangö (lämplig för barn)

Bokningsinformation

Guidearvoden är 70€ för 1½ timme plus 20€ för varje påbörjad halvtimme, inkluderar inte inträden eller måltider.
Gruppstorlek upp till max 30 personer. För större grupper anlitas flere guider.
För tvåspråkig guidning tillkommer ett språktillägg på 15 % av arvodet.
Språkmöjligheter; finska, svenska, engelska, tyska, franska, ryska

Guidningarna har en viss väderreservation med tanke på kundens bekvämlighet.

Bokningar genom Hangö stads turistbyrå Hansea Oy AB.

<http://tourism.hanko.fi/2007/>

Tel. 019 2203 411

E-post: tourist.office@hanko.fi